

直販を強化したい
全ての食品メーカー
対象

立地が悪い!狭い!人手がない!
そんな企業でも必ず成功する

たった
2日で **5,000人** 集める

工場祭・蔵祭り
の秘訣



成功の秘訣が丸わかり**無料成功レポート**は中面へ→

当主が全てを語る!

滋賀県の酒蔵の約三分の一が集まっている有数の酒処でもある甲賀地区水口町にて、手間のかかる山廃仕込みの酒造りを続けている、創業100年を迎える老舗酒蔵。商品づくりはユニークで一部のファンからは面白蔵としてファンも多い。蔵祭りは単独開催で5,000人を集め、地域でも圧倒的認知度を誇る。

ゲスト
講師

美富久酒造株式会社
代表取締役社長

藤居 範行氏

今年だけは9月までに催事前倒しが必須!

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

工場祭・蔵開きセミナー

TEL.0120-964-000 平日 9:30~17:30

お問い合わせNo.S046071

FAX.0120-964-111 24時間
対応

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル お申し込みに関するお問い合わせ:中田 内容に関するお問い合わせ:中野

WEBからもお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。)→ **046071**

たった2日で5,000人集める工場祭・蔵祭りの秘密

工場祭・蔵祭りをお考えの皆様へ

私も最初は不安でした。今では地域の名物イベントになりました。本当にやってよかったです。

弊社は滋賀県で昔ながらの山廃仕込みのお酒を造っている小さな酒蔵です。卸中心で、正直、認知度も低く、これまで大々的にお客様を蔵に呼ぶ企画を考えたことはありませんでした。直販強化にあたって初めて蔵祭りを企画しましたが、**本当にお客様が集まるのだろうかという不安でいっぱいでした。従業員からも「うちは観光酒蔵ではないのだから集まるわけではない」という反対意見が出ました。**しかし、「計画的に準備を進めて集まらなかったことはありません！この通りやれば絶対に成功します！」と船井総研さんに強く言われたため、思い切ってやってみました。**結果は初開催にして1,800人以上！160万円の売上をつくることができました。**何より、多くのお客様に「お酒って美味しいんだね！」と言ってもらえたことが嬉しかったです。**回を重ねた今では5,000人、520万円の売上をつくるまでになり、地域の名物イベントとして定着しています。**本当によかったです。

ぜひ、皆様も工場祭・蔵祭りにチャレンジしてみてください。



美富久酒造株式会社 代表取締役社長 藤居 範行

小さな酒蔵が様々な不安の中、蔵祭りを実行してよかったことは…

- ・ 認知度が圧倒的に上がった
- ・ 自社の様々な商品を知ってもらえた
- ・ 新商品のお披露目の場にもなった
- ・ 消極的、反対派の社員がやる気になった
- ・ 社内の一体化につながった
- ・ その後のイベントにつながられた
- ・ 何かと声がかかるようになった
- ・ 顧客名簿を獲得できた
- ・ 何より自信がついた
- ・ ・ ・ など、よかったことが多数！

その結果

直売店の集客・売上アップにつながり
店舗伸長率も毎年120～190%
月イチ量り売り企画55～150万円
を安定的に達成
できるようになりました。

たった2日で5,000人集める工場祭・蔵祭りの秘密

工場祭・蔵祭りは業種を問わず全国各地で成功事例を生み出しています。



来場者20,000人を突破！世界味噌盛り選手権はなんと2時間待ち！「醸造・発酵のまち」の認知度拡大で地域貢献！

／醸造業W社様

商圈人口40,000人の過疎地域で2,500人、470万円の売上達成！レジ客単価は驚異の5,369円。地酒ガチャの元祖！

／酒造業F社様



来場者数は10,000人。地元以外からも人が集まる東北の名物イベントに成長。地元への還元で地元対象の寄席も開催！

／はちみつ販売・蜂産品製造業Y社様

- マスコミ事前取材は10媒体以上！3,000人超来場で町が活気づく！
今では毎年5,000人以上が来場！／醸造業A社様
- 「うちなんかに来るわけない！」大反対を押し切って実施！
ド田舎で1日1,500人来場！直販売上過去最高！
「押し寄せる人並みが怖かった」／漬物製造業I社様
- 流通菓子メーカーが地元向け工場祭で4,000人集客！／菓子メーカーS社様
- 初めて開催で2,000人来場！180万円の売上！／製麺業Y社様
- 卸中心企業が工業団地でも3,000人以上集客！／海苔メーカーM社様

たった2日で5,000人集める工場祭・蔵祭りの秘密

まずは開催日と集客・売上目標の決定 その後、お客様に喜んでもらえる&売上也つくれる企画づくりへ

初めての蔵祭りではまず最初に、覚悟を決めるため開催日を決定し、社内に発表しました。次に集客数と売上目標を決めました。「多ければ多いほどよい」と考えていましたが、それでは計画的な集客ができないということで1,500人、150万円を目標にしました。

その後、企画内容を考えましたが、お客様に喜んでもらうのはもちろん、売上也つくらなければなりません。バランスよい企画のために次の3つの機能を意識しました。

【体験機能】蔵だからこそできる体験・啓蒙活動企画

⇒蔵見学、量り売り、酒粕詰め放題、
蔵人解説付試飲、記念撮影コーナーなど

【飲食機能】味見&昼食を用意し滞在時間アップ

⇒地元飲食店協力の屋台コーナー、
試飲試食、おかわり企画など

【物販機能】限定商品やまとめ買いで売上アップ

⇒祭り限定酒、見学だけの内緒酒、
蔵祭り限定スイーツ、お得セットなど

たった2日で5,000人集める工場祭・蔵祭りの秘密



「当日だけ」の記念酒や量り売り、非日常である酒蔵見学客だけの限定酒など「限定感」が購買意欲をかきたてます。通常商品も丁寧に説明し、きちんと訴求します。



蔵祭りは大規模なお披露目会です。試飲は徹底します。お客様のコーフンを呼ぶ酒粕詰め放題やお子様向けの企画も必要不可欠です。



飲食企画はお客様の滞在時間をアップさせ、にぎわい感の演出、売上にもつながります。必ず受付を設け、半券の回収、新規顧客獲得を忘れずに。

たった2日で5,000人集める工場祭・蔵祭りの秘密

集客の一番のキモは早めの告知！ 集客目標から逆算し、1ヶ月半前からの ミニチラシやSNSの徹底活用！

やることを決めたら次は集客活動です。「いったい何をするのか？チラシを何枚まくのか？それだけで集まるのか？」頭の中には？マークがたくさん浮かびましたが、こちらもいくつかのポイントがあり、目標から逆算して枚数を決めることができました。蔵祭りの1ヶ月半以上前から店内外にポスターを貼り、配り始めたミニチラシによって、お客様から「蔵祭り、楽しみにしているよ」と声をかけられたり、2週間前に配信したプレスリリースで取材が決まったりと手ごたえは感じていました。

「あまり早く告知をすると忘れられるのでは」と思っていたが、早めの告知の徹底がカギであることが分かりました。

現在ではFBなどのSNSを徹底活用し開催日まで何度も何度も告知をしています。それでも当日を迎えるまではやっぱり不安でしたね。

集客企画の反応（2018年春の蔵祭り）

新聞折込チラシ 0.8%

手配りチラシ 5.1%

ハガキDM 22.5%（注目）



たった2日で5,000人集める工場祭・蔵祭りの秘密

信じられない！蔵に押し寄せる人波！ 毎年の企画のグレードアップを重ね、 今では5,000人が集まる蔵祭りに

前日には蔵を中心にした一次商圈の12,000世帯に折込チラシを入れました。問い合わせも複数いただき、期待と不安が混ざりながら当日を迎えました。

そして、当日・・・10時開始でしたが、9時半頃からお客様がやってきて、10時には受付は混雑状態でした。次々と蔵に訪れる人波は本当に嬉しかったです。

各企画、物販も好調でした。蔵見学の方のみ買える限定酒は、蔵見学という「体験」付加により通常よりも高めの720ml、1,500円の価格設定でも多く売れました。初日の様子のメディア露出、口コミによる2日目訪問多数のおかげもあり、結果は2日で1,800人以上！160万円近い売上でした。当初は反対していた社員も前向きになり確実に社内の一体化が図れました。

その後も経験を重ね、上手な企画のまわし方や客単価の上げ方などのコツを掴めるようになりました。説明やセット提案などでの買いやすさ訴求、全国発送への誘導など、買っていただくための工夫も必要なんですね。ただ、集客して楽しんでもらえればよいわけではないのです。そして今では5,000人、500万円を超える蔵祭りへと育ちました。

たった2日で5,000人集める工場祭・蔵祭りの秘密

蔵祭りを打ち上げ花火で終わらせない！ 優良顧客の月イチ量り売り、イベント誘導で直売店の売上ベースを底上げ！

もともと、蔵祭りを一回の打ち上げ花火で終わらせるつもりはありませんでした。大事なものは“その後”の直販にどうつなげるかです。受付では、翌月からの直売店の量り売りイベントのご案内を配布しました。また、約100年、この土地で酒造りをしていても、我々のことを知らない方はたくさんいらっしゃいます。少しでも知っていただくためにのチラシを配布しました。

蔵祭り終了後は「あの時のお酒が美味しかったから」と、直売店へ足を運ぶ方が確実に増えました。さらに、手に入れた顧客名簿を活用し、量り売りや季節のイベントに優良顧客を誘導することができ直販比率アップに大きく貢献しています。蔵祭りによる認知度アップが酒販店、問屋にもよい影響を与えているようで、卸部門も好調です。



たった2日で5,000人集める工場祭・蔵祭りの秘密

工場祭・蔵祭りをお考えの食品企業経営者様へ



こんにちは。私は、株式会社船井総合研究所、地方創生支援部の中野一平と申します。
食品製造業の業績アップ、直販強化や商品開発に、15年以上関わらせていただいております。

このレポートをお読みの方は強く感じていることと思いますが、今、多くの食品は一人当たりの消費量・消費額が減少し、市場は縮小しています。そのような中、直販・通販におきましては、常日頃から工場祭・蔵祭りなど、**認知度や信頼度を上げる活動を行い「お客様と仲良くなる」**ことができている企業様が、**売上も安定し成長しています**。工場祭・蔵祭りは「10年、20年後も地元で愛される企業」になるための戦略的な企画です。

「割引セールを大々的にやればいい。」とお考えの企業様がいらっしゃいますが、目的は目先の売上だけではありません。単なるセールのイベントでは信頼関係は築けません。また、漠然と「ウチは無理・・・」と、実施に踏み切れない企業様も大変多いのですが、どんな環境でも、工夫次第で必ずうまくいきます。そして、その後の顧客名簿活用が大きな利益を生み出します。**美富久酒造様に限らず、「やってよかった！」とどなたも必ずおっしゃる工場祭・蔵祭り。直販を強化したい企業様、元気になりたい企業様には必要不可欠な企画**です。

特に今年におきましては、潮目が変わる9月末迄の実施が必須です。夏祭り、秋祭りの準備は今から始めましょう！

たった2日で5,000人集める工場祭・蔵祭りの秘密

3大“できない理由”を一蹴しましょう！

「やりたい」と言いながらも『できない理由』を挙げ、進められない企業も多いものです。3大“できない理由”の様な阻害要因は、本気で「やる」と決めて動けば、必ず取り除くことができます。

①ウチはとっても狭いのだが・・・

数坪であっても「敷地」が存在している限り、そのスペースで「できること」から企画します。過去、ご相談を受けて「本当にこのスペースでは無理だ・・・」と断念したケースはありません。

②ウチは知られてないから来ないよ・・・

知ってもらうために実施するのです。そのために、目標から逆算して集客活動を徹底すれば絶対に集まります。

③ウチは人手が足りない・・・

社員・スタッフ、社員OB、知人、友人などの協力を得て、可能な範囲で企画すればよいのです。また、最初は不平不満ばかりのスタッフも初回の成功体験で、その後は前向きに取り組むようになり、社員・スタッフ教育にも役立ちます。

大事なのはその後！

工場祭・蔵祭りは直販強化の中のひとつです。美富久酒造様もおっしゃっていますが、単なる打ち上げ花火ではなく、次につなげるという強い意識が必要です。「たくさんお客様が来てよかった、よかった」では終わらせず、当日の各種ツール類の配布、予約受付、新商品販売などはもちろん、顧客名簿を集める仕掛けを必ず入れます。

その顧客名簿を活用し、その次のイベント、商品購買へとつなげます。

お客様とは工場祭・蔵祭りをキッカケに
その後のアプローチで、ファンや信者客へ
育てていくという発想が重要です。



全国の食品製造業の経営者様へ 地元認知度を圧倒的に上げ、 直販事業を活性化する 工場祭・蔵開きセミナーのご案内

お忙しい中、ここまでレポートをお読みいただき、ありがとうございます。
このレポートで紹介している内容は決して難しい取り組みではありません。

工場祭・蔵祭りを

「自社でもやってみたい！」

「現状を見直したい！」

このように感じた方であれば実現できます。この度、意欲のある経営者を対象に特別セミナーをご用意しました。さらに今、お読みいただいているレポートにも登場して下さった、美富久酒造株式会社の藤居社長にもゲストとしてお越しいただき、その日から取り組める、実践レベルの内容もお伝えします。

このようなお悩みを必ず解決します。

- ◎まず何から始めるの？ ◎どうやって集客するの？
- ◎企画の数は？内容は？ ◎スタッフは何人必要？
- ◎どんなチラシにするの？どこに撒くの？
- ◎SNSはどう活用するの？ ◎経費はどれくらい？
- ◎名簿はどう集めるの？ ◎その後は？

今回、お伝えする内容のほんの一部をご紹介しますと・・・

セミナー当日お伝えする内容を一部ご紹介

藤居社長より具体的な事例と実際の数値、 船井総研がご提案している 工場祭・蔵祭り手法を徹底公開いたします！

- * 蔵祭り・工場祭開催で得られる多くのメリット
- * 一番初めにすべきこととは？当日までの安心スケジュール
- * 何人、何組、いくら売上を作ればよいのか？目標数値の組み方
- * 経費はかけ過ぎても、かけなさ過ぎてもダメ！適正経費算出のコツ
- * 実施企業の販促費内訳公開！
- * 60日前からスタートで間に合う！段階別実施項目
- * 楽しんでもらい、売上につなげる企画の作り方
- * 味を見てもらう、が最大の販促！新商品発表、昼食の用意がポイント
- * 記憶に残る！お客様がカラダを動かす参加型企画
- * 「今だけ！ここだけ！」は直販の要！購入意欲を刺激する限定商品
- * 子供が喜ばば親も喜ぶ！お子様向け企画で滞在時間もアップ！
- * 置く・積む・吊るすの徹底！コーフンを呼ぶホールセール型売り場
- * 客単価アップのカギは全国発送にあり！特別送料と提案を徹底せよ！
- * 訪れるのはマニアばかりではない！ビギナー向け商品も充実させよ！
- * 脱ひとり勝ち！味方をつくる地元企業や施設の巻き込み
- * 小うるさい地元販売店には「大規模なモニター会です！」と答えよ！
- * 告知は遅くても1ヶ月前には！ミニチラシ、店内外告知からスタート
- * 商圈やターゲットを拡げるSNS告知のポイント
- * 回収率15～30%を実現する特典付ご招待ハガキ
- * 一次商圈一番化を目指せ！新聞折込の適正な巻き方、配り方
- * 文化的活動の匂いで取り上げられる！当たるプレスリリース7原則
- * これだけは受付で配るべし！当日配布ツール例一挙公開！
- * 終了後から次の仕掛けが始まる！結果報告と次回イベント

いかがでしょうか。事例や手法を分かりやすく解説しながら「即実践いただける内容」に落とし込むセミナーにしたいと考えております。当日、皆様にお会いできることを楽しみにしております。

(株)船井総合研究所 地域食品振興グループ 一同

参加してよかった！の声多数

過去の食品向けセミナーご参加のお客様の声

(一部をご紹介)

これから何をしたいかが、やるべきか、ヒントをいただきました。

これから何をしたいかが、やるべきか、ヒントをいただきました。

セミナー料をきちんと売上でまかなわなくてはならないと決心しました。実行あるのみですね。

セミナー料をきちんと売上でまかなわなくてはならないと決心しました。実行あるのみですね。

ポイント、要点が明確でわかりやすかった。資料が非常に多いので、有効活用しようと思います。

ポイント、要点が明確でわかりやすかった。資料が非常に多いので、有効活用しようと思います。

悪い例も話して頂いたのが、安心して聞く事ができました

悪い例も話して頂いたのが、安心して聞く事ができました

ネットビジネスで成功できないshopが何をしているのか(何をしていないのか)NGの部分を一部でしようが伺えて良かったです。

ネットビジネスで成功できないshopが何をしているのか(何をしていないのか)NGの部分を一部でしようが伺えて良かったです。

なんとなく直感していたことが間違いでないことが分かり安心しました。

なんとなく直感していたことが間違いでないことが分かり安心しました。

集客方法に関して、大変参考になりました

集客方法に関して、大変参考になりました

今すぐ何をすればいいのかが分かりやすかった。特に失敗例がわかりやすかった。

今すぐ何をすればいいのかが分かりやすかった。特に失敗例がわかりやすかった。

自分のやる気が上がったし、これからどういったアプローチをしていけば良いか見えてきた気がします。

自分のやる気が上がったし、これからどういったアプローチをしていけば良いか見えてきた気がします。

データに基づき、結果を教えてくれたこと。断言されたこと。

データに基づき、結果を教えてくれたこと。断言されたこと。

整理ができました。情報が不足していることがわかりました。

整理ができました。情報が不足していることがわかりました。

実店舗でも活かせることばかりであった点、すぐにできることばかりであった点、失敗例もありながら、事例が多いので、セミナーでよくある舞い上がりがなかった点で良かったです。

実店舗でも活かせることばかりであった点、すぐにできることばかりであった点、失敗例もありながら、事例が多いので、セミナーでよくある舞い上がりがなかった点で良かったです。

大変参考になりました。時間の都合で居残れないのが残念です。次回に期待しています。

大変参考になりました。時間の都合で居残れないのが残念です。次回に期待しています。

工場祭・蔵開きセミナー

今年は9月末迄の前倒しが必須！

【開催日】 2019年 5月13日(月) (株)船井総合研究所 東京本社
〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

【開催時間・定員】 13:00 ~ 16:30 / 20名限定

セミナー講座カリキュラム

講座	内容	講師
第1講座 13:00 ~13:30	食品メーカーの直販戦略	株式会社船井総合研究所 チーフ経営コンサルタント 中野 一平
第2講座 13:30 ~14:30	小さくても5000人集めて 人気の酒蔵になるまでの軌跡 何を考え、何に取り組んだか。成功ポイント、苦労話からその後まで、リアルにお話しいただきます。	美富久酒造株式会社 代表取締役社長 藤居 範行氏
第3講座 14:45 ~15:55	必ず成功する工場祭・蔵祭り ズバリ!ノウハウ大公開	株式会社船井総合研究所 久嶋 裕介
まとめ講座 16:00 ~16:30	まとめ講座	株式会社船井総合研究所 上席コンサルタント 中野 靖識

講師紹介

美富久酒造株式会社
代表取締役社長 藤居 範行氏



滋賀県の酒蔵の約三分之一が集まっている有数の酒処でもある甲賀地区水口町にて、手間のかかる山廃仕込みの酒造りを続けている、創業100年を迎える老舗酒蔵。商品づくりはユニークで一部のファンからは面白蔵としてファンも多い。蔵祭りは単独開催で5,000人を集め、地域でも圧倒的認知度を誇る。

株式会社船井総合研究所
上席コンサルタント 中野 靖識

1990年入社。ビジネス全般にわたり幅広いコンサルティングフィールドを持つ。国内企業を支援することで「強い日本の再生」を自らの志とし、大手企業から中小零細企業まで、がんばる経営者、現場責任者のサポーターとして活動している。

株式会社船井総合研究所
チーフ経営コンサルタント 中野一平

これまで500以上の様々な食品や蔵の直販・通販事例に携わり実績を上げている。蔵祭り・工場祭などの実績は船井総研でもトップクラス。あらゆる規模の仕掛けを成功させている。

株式会社船井総合研究所 久嶋裕介

「集客」に関するコンサルティングを得意としている。WEB集客や売れるHP作り、SNSやメディア活用、地域密着イベントなどの手法を活かし、集客最大化のための提案は経営者からの信頼も厚い。

株式会社船井総合研究所とはこんな会社です

「お客様の業績を向上させること」を最重要テーマとし、現場の即時業績アップ支援に強みを持ち、独自の経営理論に基づくコンサルティングを行っている。

また、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとし、企業の本質的な「あり方」にも深く関与した支援を実施している。その現場に密着した実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界から高い評価を得ている。

日時・会場

東京会場
 2019年 **5月13日(月)**
 株式会社 船井総合研究所 東京本社
 〒100-0005
 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階
 JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分

開催時間 開始 **13:00** ▶ **16:30** (受付12:30より) 終了

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。
 また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

受講料

一般企業 税抜 **35,000円** (税込**37,800円**) / 一名様 **会員企業** 税抜 **28,000円** (税込**30,240円**) / 一名様
 ※ご入金の際は、税込金額でのお振込を願いたします。
 ●受講料のお振込みは、お申込み後速やかにお願いいたします。 ●ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。
 ●万一、開催4営業日前までに受講票の案内が届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます。 ●ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日(土・日・祝除く)前の17時迄にお電話にて下記申し込み担当者までご連絡ください。それ以後のお取消の場合は、受講料の50%、当日および無断欠席の場合は、100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。
 ●会員企業様とはFUNAIメンバーズPlus、各業種別研究会にご入会中の企業様です。

お申込方法

WEBからのお申込み 下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。
 受講票はWEB上でご確認いただけます。
FAXからのお申込み 入金確認後、受講票と地図を郵送いたします。
 お振込いただいたにも関わらずお手元に届かない場合は、下記担当者までご連絡ください。

お振込先

下記口座に直接お振込ください。
お振込先 三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974)普通 No.5785751 口座名義:カ)フナイソウゴウケンキユウシヨ セミナーグチ
 お振込口座は当セミナー専用の振込先口座でございます。 ※お振込手数料はお客様のご負担とさせていただきます。

お問合せ

明日のグレートカンパニーを創る **株式会社 船井総合研究所**
TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30) **FAX 0120-964-111** (24時間対応)
 ●申込みに関するお問合せ:中田 ●内容に関するお問合せ:中野

ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。 お問合せNo. **S046071** 担当 **中田 宛**

工場祭・蔵開きセミナー **FAX:0120-964-111**

フリガナ	業種	フリガナ	役職	年齢		
会社名		代表者名				
会社住所		フリガナ	役職			
		ご連絡担当者				
TEL	()	E-mail	@			
FAX	()	HP	http://			
ご参加者氏名	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢

今、このお申し込み用紙を手に入れている方は、間違いなく業績アップに真剣に取り組んでいる数少ない方々の1人だと思えます。
 そんな勉強熱心なあなた様は今現在、経営状況等にどのようなお悩みをお持ちでしょうか? 下記に現状の課題をできるだけ具体的に整理してください。

上記の課題解決に向け、今回のセミナーにご参加される方に限り、**無料個別経営相談**を行います。(どちらかにをお付けください。)

セミナー当日、無料個別経営相談を希望する。
 セミナー後日、無料個別経営相談を希望する。(希望日 月 日頃)

ご入会中の弊社研究会があればをお付けください。

FUNAIメンバーズPlus その他各種研究会(研究会)

【個人情報に関する取り扱いについて】
 1.申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった船井総研グループ各社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
 2.お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご確認ください。
 3.セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を船井総研グループが個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行会社に発送データとして預託することがございます。
 4.必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。
 5.お客様の個人情報に関する開示、訂正、追加、停止又は削除につきましては、船井総研コーポレートリレーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6204-4666)までご連絡ください。
 【個人情報に関するお問い合わせ】
 株式会社船井総研ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)



※ご提供いただいた住所宛のダイレクトメールの発送を希望されないときは、を入れて当社宛にご連絡ください。 **ダイレクトメールの発送を希望しません** **検** **お申込みはこちらから**